El pasado 18 de mayo, en los salones de Christie's, de Nueva York, el venezolano Miguel Capriles compró *Serenata romántica*, de Emilio Pettoruti, un óleo de 180 por 70 centímetros, en 242.000 dólares. Por primera vez en la historia un cuadro de pintor argentino ocupó la tapa de un matutino porteño. A partir de ese record mercantil los *marchands* argentinos alentaron un sueño y en los sótanos del periodismo exitista se urdió una ficción fastuosa: el arte argentino estaría conquistando los mercados del mundo. La realidad es un poco más trivial y más triste, según pudo comprobar **Página/12** durante la elaboración de este suplemento.

La trascendencia de los pintores argentinos en el exterior está librada, todavía, al azar de los puros esfuerzos individuales. Así lo afirma nada menos que el pintor Pérez Celis, uno de los elegidos en otro remate de Nueva York, donde un cuadro suyo se cotizó en 12.000 dólares, bajo la protección de una galería de Caracas. Ruth Benzacar —galerista de trayectoria internacional— señala en un texto que ese desparramo de esfuerzos extraterritoriales sólo tendrá coherencia cuando en la Argentina se creen las condiciones para que exista un mercado de arte. Pablo Suárez, el duro capitán de las huestes locales enroladas en el "arte de periferia" —que trabaja al margen de las leyes de la estética entronizada— no deja de marcar que en este país, como a principios de siglo, los compradores de arte se rigen por pautas europeas o norteamericanas. De parejo escepticismo participa Frans Van Riel, continuador de la tarea emprendida por su padre en el primer cuarto de este siglo en los tortuosos terrenos de la venta de arte, quien señala la desaparición de los pocos coleccionistas serios y el imperio del dudoso gusto de las tías viejas y de la moda pasajera en el registro de las adquisiciones autóctonas. Aristas de esta controversia pueden encontrarse —en diversos tamaños de la esperanza o la duda— en las declaraciones de otros galeristas y coleccionistas del circuito local.

LA PINTURA EN EL MERCADO

CUENTOS DE COLORES



UNA PINTURA QUE VA TOMANDO COLOR

Por Matilde Herrera

Las primeras galerías de arte argentinas abrieron sus puertas a principios de siglo en Buenos Aires. Su clientela estaba formada por los hijos o nietos de inmigrantes, que pedían pintura italiana o española, y la clase alta, que sólo tenía ojos para la escuela francesa y exigía y compraba un arte pasatista y académico. Los pintores argentinos cruzaban el Atlántico para absorber las enseñanzas de los maestros europeos, pero no por eso eran mejor aceptados. No tenían mercado.

En 1924, Emilio Pettoruti regresó de Europa, hacia donde había partido para perfeccionar sus estudios. La Galería Witcomb mostró sus obras. La exhibición provocó las violentas reacciones de una crítica y un medio no preparados para un cambio tan radical de sus hábitos estéticos. El escándalo fue mayúsculo. Los críticos se dividieron en admiradores y detractores que llegaron a golpearse a puñetazos en las veredas de Florida. Algunos espectadores de la exposición no vacilaron en escupir las pinturas.

Durante la década del '30 algunos artistas argentinos lograron vender obras a coleccionistas locales. Fernando Fader, Cesáreo Bernaldo de Quirós y Benito Quinquela Martín, que eran aceptados como pintores oficiales, colocaban bastante bien sus obras. Sus cuadros adornaban entidades públicas o servían para regalos institucionales. En cambio, Lino Eneas Spilimbergo o Antonio Berni no lograban colocar ninguna tela en el mercado y tenían que vivir de la enseñanza. Proveedores amigos que se cobraban alguna vez la cuenta del almacén con un Spilimbergo, hoy son dueños de un cuadro de unos 200.000 mil dólares, precio al que se cotizan las obras pintadas en esa época.

Xul Solar no vendía nada. O regalaba sus obras o las perdía. Se traspapelaban después de alguna muestra por su pequeño tamaño. A fines de la década del '30, su amigo Jorge Luis Borges había conseguido un empleo como periodista en *Crítica*. "Con mi primer sueldo te compro un cuadro", le dijo. Xul cotizó su pintura en 100 pesos, Borges cobró 50. Igual tuvo su obra y una más que le regaló el artista. Uno de esos dos cuadros se vendió hace un par de años en 3000 dólares. En la última subasta de Sotheby's la obra "Masks" de Xul Solar, fechada en 1924, se remató en 19.000 dólares.

Los artistas argentinos empezaron a vender a partir de 1950. Cuenta Raúl Soldi que ese año vendió su primer cuadro en Amigos del Arte. Lo compró el coleccionista Pedro Blake en 45 pesos, unos 22 dólares en aquel momento. Un Soldi de esa época cuesta hoy entre 15 y 20.000 dólares.

El mercado de arte como inversión

"En la actualidad hay una reactivación en las ventas de obras de arte —dijo a **Página/12** Enrique Scheinson, responsable de la Galería Vermeer— que no puedo llamar espléndida, pero que marca pautas. Este momento parece ser el mejor dentro de los últimos tres años. En la época de la plata dulce los precios de las obras crecieron por el dólar bajo. Pero se mantuvieron en dólares, y muchos cuadros valen ahora más que hace diez años. Sigue comprando arte una clase media, hoy ligada a las actividades financieras."

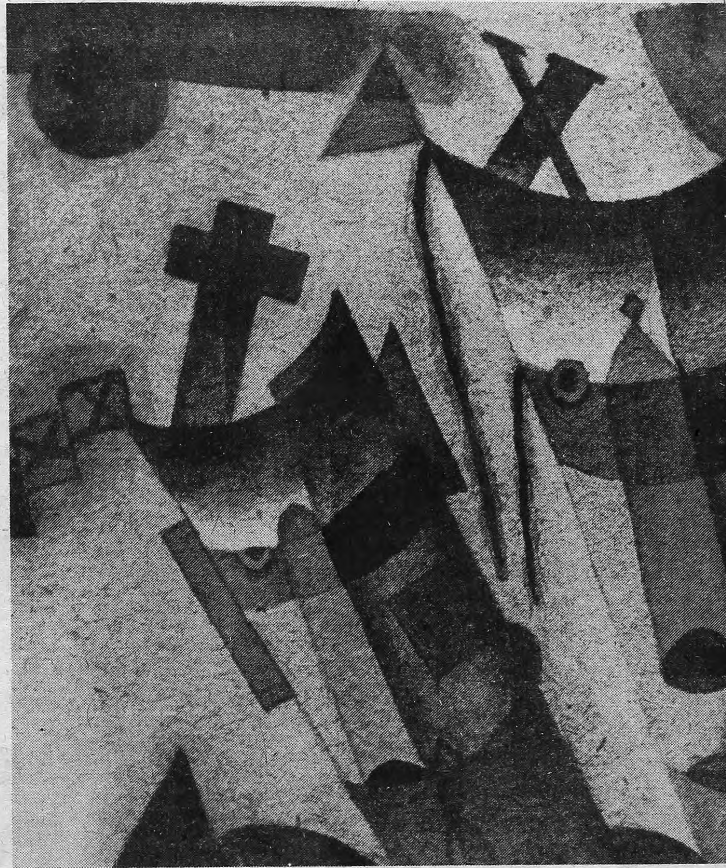
Para Natalio Povarché, al frente de la Galería Rubbers, "la venta de arte cumple con sus ciclos por encima de los acontecimientos, no tiene explicación. Hoy, en una etapa en la que podríamos decir que la gente con dinero está volcada a la especulación financiera, se siente de pronto otro clima para la venta de arte. A partir del mes de abril todo indica que este año puede ser mejor que el pasado, que no fue malo. En cuanto a aquellos que compraron a partir de los años '50, han comprobado que su dinero estaba bien puesto. Hoy tienen piezas de mucho valor y no se desprenden de ellas. Pese a los momentos de crisis no han reaparecido en el mercado obras importantes. La gente es consciente de que tiene en sus manos un cheque al portador."

A partir de 1980, dos veces por año, se realizan en Nueva York subastas de arte latinoamericano. La inserción de los argentinos en estos remates es cada vez más importante. En mayo de este año, la casa Christie's ofreció once obras de artistas de país. Su colega Sotheby's, remató quince. Las obras fueron adquiridas por compradores latinoamericanos y coleccionistas particulares o museos de los Estados Unidos.

Las cotizaciones de los argentinos crecen año a año. En los últimos remates de Nueva York, Xul Solar obtuvo su precio record; Marcelo Bonevardi, alcanzó los 21.000 dólares con "Red Habitat"; "Pintor Modelo" de Rómulo Macció, llegó a los 15.000; por "Resonancia", Pérez Celis obtuvo 12.000; casi todos los otros artistas argentinos representados en la subasta alcanzaron cotizaciones entre los 5000 y los 8000 dólares.



Rómulo Macció, *"Pintor modelo", firmado y fechado 1973. Acrílico 130x135 cm.*



Alejandro Xul Solar, *"Masks", firmado "xul" y fechado 1924, acuarela sobre madera, 15x19,5 cm.*

EL ULTIMO ARLEQUIN

El rematador partió desde 120.000 dólares. El 18 de mayo pasado, en los salones de Christie's, compitieron en la puja por el cuadro del argentino Emilio Pettoruti dos o tres compradores. Antes de un minuto de tiempo había bajado el martillo. El coleccionista venezolano Miguel Capriles, empresario periodístico, compró en 242.000 dólares "Serenata romántica", óleo que Pettoruti pintó y firmó en 1938 y cuyas medidas son 180 x 70 cm.

"Serenata romántica", que marca un precio record para la pintura argentina, pertenecía a la colección privada de la hermana del artista, Lía Pettoruti. El cuadro, que muestra la figura de uno de los famosos arlequines, nunca salió de la colección de la familia, pero había recorrido el mundo. Expuesto por primera vez en Montevideo, en el Círculo de Bellas Artes, en 1939, viajó más tarde por Buenos Aires, Santiago de Chile, Roma, Londres, París, y en 1987 integró una muestra en el Consulado General Argentino en Nueva York.

Era el último arlequín que quedaba en manos de la familia. Fue expuesto, junto con varios más, en la Galería Rubbers en el año 1968. El precio de las obras era de 15.000 a 20.000 dólares.

Emilio Pettoruti se había establecido en París en 1953. Falleció allí el 16 de octubre de 1971. En 1968, ofreció vender toda su obra a un galerista de Buenos Aires. Quería que ésta quedara en la Argentina. No se consiguieron los créditos y la operación no se concretó. El artista pidió en su testamento que sus cenizas fueran esparcidas en el Río de la Plata.

Así se hizo, desde el barco que también hacía volver su obra desde Europa, a la altura del kilómetro 52 del camino a La Plata, lugar donde el pintor había nacido en 1892.

El último 18 de mayo, se remató en Sotheby's un collage de Pettoruti, firmado en 1916, titulado "La Voce", en 105.000 dólares.

Los que no

PABLO SUAREZ

UN MERCADO DE ESPEJOS

"Los intereses que dominan el mercado internacional de arte, contrariamente a lo que muchos suponen, no determinan el nacimiento de líneas o tendencias que surgen como una necesidad orgánica del medio en que se gestan. Al contrario: tomando aquellas líneas que se sostienen a sí mismas por ser una respuesta eficaz en determinados momentos, son promocionadas por los medios y colocadas como un producto más del sistema, en la industria de la cultura.

"Esta actitud del mercado sirve, por un lado, a la producción y difusión de ciertos aspectos de la actividad creativa pero, por otro, no cubre la totalidad del espectro y suele dejar en la sombra a buena parte de la producción. Por otra parte, esa difusión y promoción insumen un tiempo bastante largo. Eso obliga a los artistas favorecidos a un congelamiento de su proceso creador en aras de la comercialización. A quienes no han accedido a los favores del mercado, les toca ver sepultados sus esfuerzos.

"Hace un tiempo le oí decir al crítico francés Pierre Restany que "el noventa por ciento del producto artístico permanece oculto, a la espera de un momento propicio". Yo siento que no es posible tener demasiada fe en la justicia de la historia. A mí no me importa que me digan: 'Pablito, vas a ser carísimo cuando te mueras'. Me importa más la necesidad de formular estrategias que por lo menos provoquen una mirada y una reflexión sobre lo que hago. Estas estrategias forman parte de la obra de arte actual. En cuanto al mercado argentino, puede decirse que es muy reducido y que se caracteriza por una actitud especular. Es decir: refleja inquietudes de mercados internacionales. Son pocos los coleccionistas que se arriesgan a avalar un producto artístico que no venga glorificado por las culturas de ultramar."

UNA PINTURA QUE VA TOMANDO COLOR

Por Matilde Herrera

Las primeras galerías de arte argentinas abrieron sus puertas a principios de siglo en Buenos Aires. Su clientela estaba formada por los hijos o nietos de inmigrantes, que pedían pintura italiana o española, y la clase alta, que sólo tenía ojos para la escuela francesa y exigía y compraba un arte pasatista y académico. Los pintores argentinos cruzaban el Atlántico para absorber las enseñanzas de los maestros europeos, pero no por eso eran mejor aceptados. No tenían mercado.

En 1924, Emilio Pettoruti regresó de Europa, hacia donde había partido para perfeccionar sus estudios. La Galería Witcomb mostró sus obras. La exhibición provocó las violentas reacciones de una crítica y un medio no preparados para un cambio tan radical de sus hábitos estéticos. El escándalo fue mayúsculo. Los críticos se dividieron en admiradores y detractores que llegaron a golpearse a puñetazos en las veredas de Florida. Algunos espectadores de la exposición no vacilaron en escupir las pinturas.

Durante la década del '30 algunos artistas argentinos lograron vender obras a coleccionistas locales. Fernando Fader, Cesáreo Bernaldo de Quirós y Benito Quinquela Martín, que eran aceptados como pintores oficiales, colocaban bastante bien sus obras. Sus cuadros adornaban entidades públicas o servían para regalos institucionales. En cambio, Lino Eneas Spilimbergo o Antonio Berni no lograban colocar ninguna tela en el mercado y tenían que vivir de la enseñanza. Proveedores amigos que se cobraban alguna vez la cuenta del almacén con un Spilimbergo, hoy son dueños de un cuadro de unos 200.000 mil dólares,precio,al que se cotizan las obras pintadas en esa época.

Xul Solar no vendía nada. O regalaba sus obras o las perdía. Se traspapelaban después de alguna muestra por su pequeño tamaño. A fines de la década del '30, su amigo Jorge Luis Borges había conseguido un empleo como periodista en *Crítica*. "Con mi primer sueldo te compro un cuadro", le dijo. Xul cotizó su pintura en 100 pesos, Borges cobró 50. Igual tuvo su obra y una más que le regaló el artista. Uno de esos dos cuadros se vendió hace un par de años en 3000 dólares. En la última subasta de Sotheby's la obra "Masks" de Xul Solar, fechada en 1924, se remató en 19.000 dólares.

Los artistas argentinos empezaron a vender a partir de 1950. Cuenta Raúl Soldi que ese año vendió su primer cuadro en Amigos del Arte. Lo compró el coleccionista Pedro Blake en 45 pesos, unos 22 dólares en aquel momento. Un Soldi de esa época cuesta hoy entre 15 y 20.000 dólares.

El mercado de arte como inversión

"En la actualidad hay una reactivación en las ventas de obras de arte —dijo a **Página/12** Enrique Scheinson, responsable de la Galería Vermeer— que no puedo llamar espléndida, pero que marca pautas. Este momento parece ser el mejor dentro de los últimos tres años. En la época de la plata dulce los precios de las obras crecieron por el dólar bajo. Pero se mantuvieron en dólares, y muchos cuadros valen ahora más que hace diez años. Sigue comprando arte una clase media, hoy ligada a las actividades financieras."

Para Natalio Povarché, al frente de la Galería Rubbers, "la venta de arte cumple con sus ciclos por encima de los acontecimientos, no tiene explicación. Hoy, en una etapa en la que podríamos decir que la gente con dinero está volcada a la especulación financiera, se siente de pronto otro clima para la venta de arte. A partir del mes de abril todo indica que este año puede ser mejor que el pasado, que no fue malo. En cuanto a aquellos que compraron a partir de los años '50, han comprobado que su dinero estaba bien puesto. Hoy tienen piezas de mucho valor y no se desprenden de ellas. Pese a los momentos de crisis no han reaparecido en el mercado obras importantes. La gente es consciente de que tiene en sus manos un cheque al portador."

A partir de 1980, dos veces por año, se realizan en Nueva York subastas de arte latinoamericano. La inserción de los argentinos en estos remates es cada vez más importante. En mayo de este año, la casa Christie's ofreció once obras de artistas de país. Su colega Sotheby's, remató quince. Las obras fueron adquiridas por compradores latinoamericanos y coleccionistas particulares o museos de los Estados Unidos.

Las cotizaciones de los argentinos crecen año a año. En los últimos remates de Nueva York, Xul Solar obtuvo su precio record; Marcelo Bonevardi, alcanzó los 21.000 dólares con "Red Habitat"; "Pintor Modelo" de Rómulo Macció, llegó a los 15.000; por "Resonancia", Pérez Celis obtuvo 12.000; casi todos los otros artistas argentinos representados en la subasta alcanzaron cotizaciones entre los 5000 y los 8000 dólares.



Rómulo Macció, *"Pintor modelo", firmado y fechado 1973. Acrílico 130x135 cm.*

Alejandro Xul Solar, *"Masks", firmado "xul" y fechado 1924, acuarela sobre madera, 15x19,5 cm.*

EL ULTIMO ARLEQUIN

El rematador partió desde 120.000 dólares. El 18 de mayo pasado, en los salones de Christie's, compitieron en la puja por el cuadro del argentino Emilio Pettoruti dos o tres compradores. Antes de un minuto de tiempo había bajado el martillo. El coleccionista venezolano Miguel Capriles, empresario periodístico, compró en 242.000 dólares "Serenata romántica", óleo que Pettoruti pintó y firmó en 1938 y cuyas medidas son 180 x 70 cm.

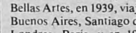
"Serenata romántica", que marca un precio record para la pintura argentina, pertenecía a la colección privada de la hermana del artista, Lía Pettoruti. El cuadro, que muestra la figura de uno de los famosos arlequines, nunca salió de la colección de la familia, pero había recorrido el mundo. Expuesto por primera vez en Montevideo, en el Círculo de Bellas Artes, en 1939, viajó más tarde por Buenos Aires, Santiago de Chile, Roma, Londres, París, y en 1987 integró una muestra en el Consulado General Argentino en Nueva York.

Era el último arlequín que quedaba en manos de la familia. Fue expuesto, junto con varios más, en la Galería Rubbers en el año 1968. El precio de las obras era de 15.000 a 20.000 dólares.

Emilio Pettoruti se había establecido en París en 1953. Falleció allí el 16 de octubre de 1971. En 1968, ofreció vender toda su obra a un galerista de Buenos Aires. Quería que ésta quedara en la Argentina. No se consiguieron los créditos y la operación no se concretó. El artista pidió en su testamento que sus cenizas fueran esparcidas en el Río de la Plata.

Así se hizo, desde el barco que también hacía volver su obra desde Europa, a la altura del kilómetro 52 del camino a La Plata, lugar donde el pintor había nacido en 1892.

El último 18 de mayo, se remató en Sotheby's un collage de Pettoruti, firmado en 1916, titulado "La Voce", en 105.000 dólares.



Los que no

PABLO SUAREZ

UN MERCADO DE ESPEJOS

"Los intereses que dominan el mercado internacional de arte, contrariamente a lo que muchos suponen, no determinan el nacimiento de líneas o tendencias que surgen como una necesidad orgánica del medio en que se gestan. Al contrario: tomando aquellas líneas que se sostienen a sí mismas por ser una respuesta eficaz en determinados momentos, son promocionadas por los medios y colocadas como un producto más del sistema, en la industria de la cultura.

"Esta actitud del mercado sirve, por un lado, a la producción y difusión de ciertos aspectos de la actividad creativa pero, por otro, no cubre la totalidad del espectro y suele dejar en la sombra a buena parte de la producción. Por otra parte, esa difusión y promoción insumen un tiempo bastante largo. Eso obliga a los artistas favorecidos a un congelamiento de su proceso creador en aras de la comercialización. A quienes no han accedido a los favores del mercado, les toca ver sepultados sus esfuerzos.

"Hace un tiempo le oí decir al crítico francés Pierre Restany que "el noventa por ciento del producto artístico permanece oculto, a la espera de un momento propicio". Yo siento que no es posible tener demasiada fe en la justicia de la historia. A mí no me importa que me digan: 'Pablito, vas a ser carísimo cuando te mueras'. Me importa más la necesidad de formular estrategias que por lo menos provoquen una mirada y una reflexión sobre lo que hago. Estas estrategias forman parte de la obra de arte actual. En cuanto al mercado argentino, puede decirse que es muy reducido y que se caracteriza por una actitud especular. Es decir: refleja inquietudes de mercados internacionales. Son pocos los coleccionistas que se arriesgan a avalar un producto artístico que no venga glorificado por las culturas de ultramar."



LOS PLACERES PRIVADOS

Por Sergio Sinay

Este no es un momento de grandes colecciones de arte universal en la Argentina", cree el coleccionista y *marchand* Jorge Mara. "Colecciones como la Santamarina, la Acuarone o la Crespo, que incluye los más hermosos desnudos de Modigliani que existen, pertenecen más bien al pasado, no generaron una corriente y sólo se enriquecieron mientras vivían sus dueños." Mara, de regreso en el país luego de muchos años de desempeñar su profesión en Europa, con epicentro en Italia y Francia, asegura que la falta de información y formación artística contribuye a la ausencia de importantes colecciones. "En esto tienen responsabilidad de galerías —asegura—; de ellas depende en buena medida educar a su público, mantenerlo informado, generar un criterio estético. No se trata sólo de vender obras aisladas. Ahí difieren profundamente las galerías de las subastas. En los remates se compra una obra por sí misma o por la oportunidad y para el rematador todo termina al bajar el martillo. Los coleccionistas nacen en las galerías."

Para George Helft —el director de la Fundación Antorchas, un organismo que promociona el arte moderno en el país y que acaba de donar al Museo Nacional de Bellas Artes una muy valiosa colección—, "si hay en el país muchos y buenos coleccionistas de arte tradicional y objetos artísticos, pero faltan de una manera casi dramática los de arte moderno argentino. No hay más de cinco o seis que puedan llamarse así". Aunque no lo diga, los entendidos coinciden en que él mismo es uno de ellos. Helft coincide en el papel que juegan la falta de información y formación, pero agrega un elemento decisivo. "La ausencia de un segmento estructurado de comercialización, y eso corresponde a mis amigos los galeristas. Para cumplir con su función una galería debe contar con un espacio adecuado, con muy definidos criterios comerciales y artísticos y, esto es básico, con capital. Se trata de un fondo de comercio y no puede manejarse sin esas condiciones." De acuerdo con él, "hay muy buen arte coleccionable en la Argentina" y una cantidad de artistas jóvenes cuya calidad y cantidad sorprenden a los extraños y es ignorada por los propios.

Oscar Moreno —director de la Fundación Banco Patricios— coincide en que el potencial de las futuras colecciones está en esos artistas. "Pero creo que antes es necesario formar el mercado, y esto es parte de la tarea de recreación del tejido social argentino, todavía dañado por la historia reciente." Para Moreno el coleccionista, en el sentido tradicional, "rompe el circuito de la obra, la sustrae del mercado y se convierte en su único poseedor". "Esto se contrarresta facilitando la incorporación de más artistas y más obras al mercado y revalorizando las técnicas gráficas, el grabado y el dibujo, que no son géneros menores, que sí son más baratos y que permiten que se formen colecciones sin restar obras al circuito. En el arte el consumo de una obra comienza la primera vez que alguien la ve, pero a partir de ahí las miradas pueden ser infinitas y siempre distintas". Moreno está convencido de que es esencial "pluralizar el arte, acercarlo a gente de todas las edades, multiplicar y variar sus formas de exhibición". Esto, cree, permitiría la educación del consumidor y la formación de coleccionistas con una estética propia. "Las colecciones que nacen en las galerías no dejan de ser colecciones aconsejadas", dice.

Aconsejadas o no, muchas colecciones tradicionales pueden encerrar sorpresas. "Cuando me sumergí por completo en el Museo Nacional de Bellas Artes y estudié de cerca a muchas de las grandes colecciones donadas, sufrí una gran decepción. Me di cuenta de que eran incoherentes en su concepción, de que se habían formado a partir de criterios banales y de que muchas colecciones existentes en el país tienen gran cantidad de obras falsas." Esa es la experiencia de Marcos Curi, director del invalorable Museo de Arte Contemporáneo. En el museo puede hallarse lo más representativo —y a menudo inédito— de la pintura, la escultura, el dibujo y el grabado argentinos desde mediados de los 60 hasta hoy. Son más de cuatro mil obras que Curi reunió primero como colección personal ("porque quería estar inmerso en mi generación") y que luego convirtió en el museo. Para Curi una colección debe ser algo vivo, debe poder leerse como una crónica de un país y un momento. En ese sentido coincide en que la mejor base de cualquier colección, y la mejor formación de coleccionistas, la constituye un apoyo adecuado e intenso a los artistas. "Y aquí, en general, son huérfanos que luchan solos."

El "coleccionismo" en la Argentina fue iniciado por las tradicionales familias patricias que viajaban a Europa y traían lo que artísticamente estaba de moda. "Esta manía de comprar en Europa hizo que muchos adquirieran obras falsas en galerías de segundo nivel, que apenas si eran algo más que marquerías, mientras por aquí pasaban sin pena ni gloria Picassos o Tolousse Lautrecs que debían regresar por falta de compradores", recuerda Mara. El y Helft coinciden en que los años 50 y 60 fueron florecientes y lo atribuyen a la labor, entre otros, de Witcomb, Muller, Bonino, Najmias, que cumplían, como *marchands*, con la tan reclamada función formadora. "Después desaparecieron ellos y las condiciones en que funcionaba el mercado", explica Helft.

La otra etapa de auge fue la de la *plata dulce*. Al influjo del ilusionismo de Martínez de Hoz el mercado resultó fluido, pero murió como tantas otras ilusiones. En ese entonces se compraba como inversión y luego se vendió con desesperación. No quedaron colecciones importantes. "Es el riesgo de las colecciones que nacen al calor de lo económico", advierte Helft. La contrapartida es que, en situaciones de crisis como la actual, se inicia una estampida de obras, los mejores postores desbaratan colecciones y éstas fluyen, desmembradas, hacia el exterior. Oscar Moreno piensa, sin embargo, que hay antídotos en lo económico. "Si se empuja el consumo de la obra de arte, si se apoya al artista novel, se pueden luego promover círculos cerrados para la compra de obras o formas cooperativas de exhibición y consumo. De ahí nacerán los nuevos coleccionistas."

Para llegar a ser uno de ellos no hay requisitos de cantidad. Coleccionar no es acumular, dicen los especialistas. "El coleccionista es alguien atacado de por vida por un virus", ilustra Helft. "Alguien que anda siempre a la pesca de lo que él cree importante; que no revende, que mantiene su colección en los estándares posibles y actualizada." Para Mara se trata de alguien con una estética propia, "un criterio capaz de advertirse aun tras la aparente disparidad de su colección. Una colección puede leerse a través de un hilo invisible que el ojo descubre". Según Moreno, el coleccionista nace cuando "empieza a primar el criterio estético y cualitativo por sobre el decorativo". Para Curi, en fin, quien se propone coleccionar no debería despreciar, como ocurre, ni el grabado ni el dibujo. "Es un fenómeno notable en las colecciones argentinas", señala.

Lo que cambió con los tiempos y las circunstancias es el perfil del coleccionista. Hoy tiene el rostro de los profesionales jóvenes, de los empresarios exitosos, de quienes emprenden proyectos nuevos en el área de la vida personal o laboral. O no tiene un rostro humano: se trata de bancos, empresas, instituciones. En todo caso, como dice Curi, lo importante es que las colecciones "tengan un sentido, una unidad, un valor testimonial". O, como cree Moreno, "que el circuito del arte se reconstruya y se expanda".



Pérez Celis, *"Resonancia", firmado y fechado en N.Y. 1987, óleo, 122x137 cm.*

Los que venden

PEREZ CELIS

EL PULMON DE CADA UNO

"Ahora se habla mucho del acontecimiento de que un cuadro mío se ha vendido en un remate, en Nueva York, en 12.000 dólares. Pero antes, en una exposición en el Soho, yo había vendido en 18.000 y en 28.000 dólares. Eso tiene que ver con un esfuerzo puramente individual, porque, como cualquiera sabe, durante todos los gobiernos, militares y civiles, mi obra nunca fue incluida en una muestra que representara a la Argentina en el exterior. Yo, como todos, quise hacer mi carrera en Europa, en París. Tuve la suerte de exponer ahí, de vender, de tener buena crítica, pero me pareció que estaba viviendo en un museo de antigüedades. Así que elegí Estados Unidos, que es donde respira el mundo del arte. De ahí, puedo contar buenas y malas experiencias.

"La primera, mala, se la debo a un coleccionista argentino que tiene una especie de institución por San Telmo. Un día me lo encuentro en Nueva York y me declara que está contento porque acaba de comprar, en un remate de Nueva York, un cuadro de Ernesto Deira por dos mil dólares. Me dio rabia de que se alegrara de haber hecho ese negocio, y pensé en la actitud de los coleccionistas mexicanos, venezolanos, colombianos. Son ellos los que van a los remates de Nueva York a defender el precio de los pintores que coleccionan. Vuelvo a mi caso: ese cuadro, vendido en 12.000 dólares, que todavía no sabemos quién lo compró, ya había sido adquirido por una galería de Panamá en 9000 dólares, que fue la base. Y esos galeristas estaban ahí, defendiendo los precios y promocionando las obras que llevaban al remate. En última instancia, defendiendo las cosas propias.

"Otro ejemplo que no voy a olvidar pasó en Florida, en Miami, donde expuse en Coral Gable. Allí, los emigrados cubanos tienen la costumbre de adquirir, entre todos, un cuadro de un compatriota para donarlo a un museo. Yo propuse a la colonia argentina que comprara un cuadro mío al cincuenta por ciento del valor. Entre todos, no pagaban ni cien dólares cada uno. Hubo reuniones, marchas y contramarchas, y al final no pasó nada. Por eso para mí, traer mi obra a la Argentina, con todo lo que me cuesta, ya va siendo una razón puramente sentimental. Acá no hay compradores y los coleccionistas han desaparecido."

Domingo 5 de junio de 1988



LOS PLACERES PRIVADOS

Por Sergio Sinay

Este no es un momento de grandes colecciones de arte universal en la Argentina'', cree el coleccionista y *marchand* Jorge Mara. ''Colecciones como la Santamarina, la Acuarone o la Crespo, que incluye los más hermosos desnudos de Modigliani que existen, pertenecen más bien al pasado, no generaron una corriente y sólo se enriquecieron mientras vivían sus dueños.'' Mara, de regreso en el país luego de muchos años de desempeñar su profesión en Europa, con epicentro en Italia y Francia, asegura que la falta de información y formación artística contribuye a la ausencia de importantes colecciones. ''En esto tienen responsabilidad de galerías —asegura—; de ellas depende en buena medida educar a su público, mantenerlo informado, generar un criterio estético. No se trata sólo de vender obras aisladas. Ahí difieren profundamente las galerías de las subastas. En los remates se compra una obra por sí misma o por la oportunidad y para el rematador todo termina al bajar el martillo. Los coleccionistas nacen en las galerías.''

Para George Helft —el director de la Fundación Antorchas, un organismo que promociona el arte moderno en el país y que acaba de donar al Museo Nacional de Bellas Artes una muy valiosa colección—, ''si hay en el país muchos y buenos coleccionistas de arte tradicional y objetos artísticos, pero faltan de una manera casi dramática los de arte moderno argentino. No hay más de cinco o seis que puedan llamarse así''. Aunque no lo diga, los entendidos coinciden en que él mismo es uno de ellos. Helft coincide en el papel que juegan la falta de información y formación, pero agrega un elemento decisivo. ''La ausencia de un segmento estructurado de comercialización, y eso corresponde a mis amigos los galeristas. Para cumplir con su función una galería debe contar con un espacio adecuado, con muy definidos criterios comerciales y artísticos y, esto es básico, con capital. Se trata de un fondo de comercio y no puede manejarse sin esas condiciones.'' De acuerdo con él, ''hay muy buen arte coleccionable en la Argentina'' y una cantidad de artistas jóvenes cuya calidad y cantidad sorprenden a los extraños y es ignorada por los propios.

Oscar Moreno —director de la Fundación Banco Patricios— coincide en que el potencial de las futuras colecciones está en esos artistas. ''Pero creo que antes es necesario formar el mercado, y esto es parte de la tarea de recreación del tejido social argentino, todavía dañado por la historia reciente''. Para Moreno el coleccionista, en el sentido tradicional, ''rompe el circuito de la obra, la sustrae del mercado y se convierte en su único poseedor''. ''Esto se contrarresta facilitando la incorporación de más artistas y más obras al mercado y revalorizando las técnicas gráficas, el grabado y el dibujo, que no son géneros menores, que sí son más baratos y que permiten que se formen colecciones sin restar obras al circuito. En el arte el consumo de una obra comienza la primera vez que alguien la ve, pero a partir de ahí las miradas pueden ser infinitas y siempre distintas''. Moreno está convencido de que es esencial ''pluralizar el arte, acercarlo a gente de todas las edades, multiplicar y variar sus formas de exhibición''. Esto, cree, permitiría la educación del consumidor y la formación de coleccionistas con una estética propia. ''Las colecciones que nacen en las galerías no dejan de ser colecciones aconsejadas'', dice.



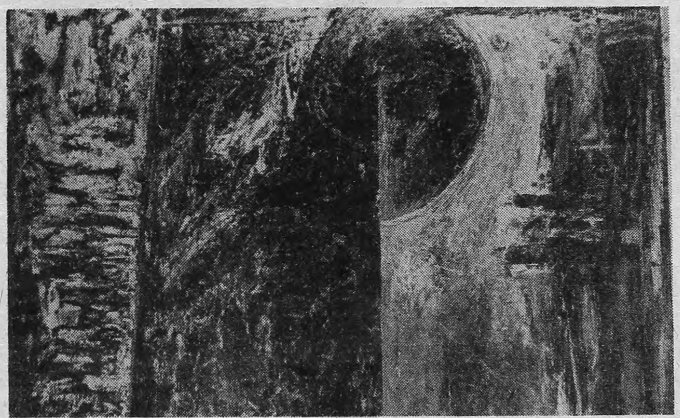
Aconsejadas o no, muchas colecciones tradicionales pueden encerrar sorpresas. ''Cuando me sumergí por completo en el Museo Nacional de Bellas Artes y estudié de cerca a muchas de las grandes colecciones donadas, sufrí una gran decepción. Me di cuenta de que eran incoherentes en su concepción, de que se habían formado a partir de criterios banales y de que muchas colecciones existentes en el país tienen gran cantidad de obras falsas.'' Esa es la experiencia de Marcos Curi, director del invalorable Museo de Arte Contemporáneo. En el museo puede hallarse lo más representativo —y a menudo inédito— de la pintura, la escultura, el dibujo y el grabado argentinos desde mediados de los 60 hasta hoy. Son más de cuatro mil obras que Curi reunió primero como colección personal (''porque quería estar inmerso en mi generación'') y que luego convirtió en el museo. Para Curi una colección debe ser algo vivo, debe poder leerse como una crónica de un país y un momento. En ese sentido coincide en que la mejor base de cualquier colección, y la mejor formación de coleccionistas, la constituye un apoyo adecuado e intenso a los artistas. ''Y aquí, en general, son huérfanos que luchan solos''.

El ''coleccionismo'' en la Argentina fue iniciado por las tradicionales familias patricias que viajaban a Europa y traían lo que artísticamente estaba de moda. ''Esta manía de comprar en Europa hizo que muchos adquirieran obras falsas en galerías de segundo nivel, que apenas si eran algo más que marquerías, mientras por aquí pasaban sin pena ni gloria Picassos o Tolousse Lautrecs que debían regresar por falta de compradores'', recuerda Mara. El y Helft coinciden en que los años 50 y 60 fueron florecientes y lo atribuyen a la labor, entre otros, de Witcomb, Muller, Bonino, Najmias, que cumplían, como *marchands*, con la tan reclamada función formadora. ''Después desaparecieron ellos y las condiciones en que funcionaba el mercado'', explica Helft.

La otra etapa de auge fue la de la *plata dulce*. Al influjo del ilusionismo de Martínez de Hoz el mercado resultó fluido, pero murió como tantas otras ilusiones. En ese entonces se compraba como inversión y luego se vendió con desesperación. No quedaron colecciones importantes. ''Es el riesgo de las colecciones que nacen al calor de lo económico'', advierte Helft. La contrapartida es que, en situaciones de crisis como la actual, se inicia una estampida de obras, los mejores postores desbaratan colecciones y éstas fluyen, desmembradas, hacia el exterior. Oscar Moreno piensa, sin embargo, que hay antídotos en lo económico. ''Si se empuja el consumo de la obra de arte, si se apoya al artista novel, se pueden luego promover círculos cerrados para la compra de obras o formas cooperativas de exhibición y consumo. De ahí nacerán los nuevos coleccionistas.''

Para llegar a ser uno de ellos no hay requisitos de cantidad. Coleccionar no es acumular, dicen los especialistas. ''El coleccionista es alguien atacado de por vida por un virus'', ilustra Helft. ''Alguien que anda siempre a la pesca de lo que él cree importante; que no revende, que mantiene su colección en los estándares posibles y actualizada.'' Para Mara se trata de alguien con una estética propia, ''un criterio capaz de advertirse aun tras la aparente disparidad de su colección. Una colección puede leerse a través de un hilo invisible que el ojo descubre''. Según Moreno, el coleccionista nace cuando ''empieza a primar el criterio estético y cualitativo por sobre el decorativo''. Para Curi, en fin, quien se propone coleccionar no debería despreciar, como ocurre, ni el grabado ni el dibujo. ''Es un fenómeno notable en las colecciones argentinas'', señala.

Lo que cambió con los tiempos y las circunstancias es el perfil del coleccionista. Hoy tiene el rostro de los profesionales jóvenes, de los empresarios exitosos, de quienes emprenden proyectos nuevos en el área de la vida personal o laboral. O no tiene un rostro humano: se trata de bancos, empresas, instituciones. En todo caso, como dice Curi, lo importante es que las colecciones ''tengan un sentido, una unidad, un valor testimonial''. O, como cree Moreno, ''que el circuito del arte se reconstruya y se expanda''.



Pérez Celis, *''Resonancia'', firmado y fechado en N.Y. 1987, óleo, 122x137 cm.*

Los que venden

P E R E Z   C E L I S

EL PULMON DE CADA UNO

''Ahora se habla mucho del acontecimiento de que un cuadro mío se ha vendido en un remate, en Nueva York, en 12.000 dólares. Pero antes, en una exposición en el Soho, yo había vendido en 18.000 y en 28.000 dólares. Eso tiene que ver con un esfuerzo puramente individual, porque, como cualquiera sabe, durante todos los gobiernos, militares y civiles, mi obra nunca fue incluida en una muestra que representara a la Argentina en el exterior. Yo, como todos, quise hacer mi carrera en Europa, en París. Tuve la suerte de exponer ahí, de vender, de tener buena crítica, pero me pareció que estaba viviendo en un museo de antigüedades. Así que elegí Estados Unidos, que es donde respira el mundo del arte. De ahí, puedo contar buenas y malas experiencias.

''La primera, mala, se la debo a un coleccionista argentino que tiene una especie de institución por San Telmo. Un día me lo encuentro en Nueva York y me declara que está contento porque acaba de comprar, en un remate de Nueva York, un cuadro de Ernesto Deira por dos mil dólares. Me dio rabia de que se alegrara de haber hecho ese negocio, y pensé en la actitud de los coleccionistas mexicanos, venezolanos, colombianos. Son ellos los que van a los remates de Nueva York a defender el precio de los pintores que coleccionan. Vuelvo a mi caso: ese cuadro, vendido en 12.000 dólares, que todavía no sabemos quién lo compró, ya había sido adquirido por una galería de Panamá en 9000 dólares, que fue la base. Y esos galeristas estaban ahí, defendiendo los precios y promocionando las obras que llevaban al remate. En última instancia, defendiendo las cosas propias.

''Otro ejemplo que no voy a olvidar pasó en Florida, en Miami, donde expuse en Coral Gable. Allí, los emigrados cubanos tienen la costumbre de adquirir, entre todos, un cuadro de un compatriota para donarlo a un museo. Yo propuse a la colonia argentina que comprara un cuadro mío al cincuenta por ciento del valor. Entre todos, no pagaban ni cien dólares cada uno. Hubo reuniones, marchas y contramarchas, y al final no pasó nada. Por eso para mí, traer mi obra a la Argentina, con todo lo que me cuesta, ya va siendo una razón puramente sentimental. Acá no hay compradores y los coleccionistas han desaparecido.''

LA MEMORIA NO PAGA

Por Miguel Briante

En la guerra del 14, ese jovencito, Frans Van Riel, leía obligatoriamente el diario *La Prensa*. "Mi viejo, que ya había empezado con la fotografía, era ilustrador en el diario. Llegaba la noticia de que un dirigible alemán había sido derribado por un avión inglés o francés y el viejo hacía el dibujito." Cuesta aceptarle las palabras reas a este hombre flaco, entrado en años, que en cualquier película podría haber encarnado a alguno de esos aristócratas franceses que peleaban secretamente en la Resistencia. Ahora, está sentado en la trastienda de su galería de Talcahuano al 1300, pero el escritorio en el que apoya sus manos, cargado de catálogos de muestras internacionales, fue testigo de gran parte de la historia del arte nacional. Resignado a ser, como él dice, "el menos indicado para hablar del mercado, porque soy un seco", prefiere hilar sus experiencias a través de ciertos datos, de ciertos recuerdos. En realidad, es uno de los pocos galeristas de estirpe, y por herencia. "Hacía 1916, mi viejo empezó a sacar una revista de arte, *Augusta*. En 1924, el viejo se instaló con la fotografía y la galería en la casa de Florida al 500. En el '26 casi se funde. Había comprado el terreno y los tiempos eran duros: había empezado a construir el local, después la casa, y después la sala de conferencias. Un platal. Nos salvó *Amigos del Arte*, que tenía un subsidio del Estado. El viejo les alquiló, y se recluyó en lo que después sería *Ver y estimar*. En el '43, otra vez la guerra, y el Estado decide quitarle el subsidio a *Amigos del Arte*, que ya tenía como dos mil socios. Esto fue siempre así; ellos podrían haber llegado a tener cuatro mil socios, pero acostumbrados a las dádivas del Estado, decidieron cerrar. No pagaron el alquiler. Eso nos alejó a mi viejo y a mí del núcleo del arte, porque pensaban que nosotros los habíamos echado. Nos alejó de los bien vistos, Butler, Basaldúa. Entonces empezamos a arreglarnos a los ponchazos, con gente joven." Vuelve, como un *leit motiv* a un tema central y casi único, que se repite. "Acá, siempre se miró a Europa. Ahora mismo los compradores se andan fijando en qué se vende en Europa. En aquellos años, después de la guerra, había mucha plata. Ninguna galería que expusiera argentinos vendía nada." En las filas de Van Riel militaban Del Prete, Butler, Raquel Forner. No vendían nada. "En el '50, yo sigo con la galería. Arriba, en la parte de atrás, entra a dar clases Romero Brest, en *Ver y estimar*. También había otra parte donde funcionaba el Instituto Francés de Estudios Superiores; un señor Romero lo transformó en un teatrito. Así que era una especie de pequeño centro cultural." Pero no pasaba mucho, se acuerda: se descubrió que la pintura era inversión, pero la gente de plata compraba lo que le decía la mujer, o la suegra. "Nunca vi que un coleccionista se asesorara con un galerista o con un crítico —dice Van Riel—; nunca hubo ventas coherentes." Los esfuerzos de clarificación eran inútiles. "En una clase, Romero Brest empezó diciendo: "Me dice Frans que mis charlas son contraproducentes. Yo hablo de arte y después cuando salen todos compran como el culo'."

Ahora mismo, Van Riel se sigue asombrando con las peripecias monetarias del arte. "Hacés una buena muestra, con apoyo total de la crítica, y no vendés nada. En general, los artistas con buena crítica no venden nada. De golpe, le das el espacio a un abogado que pinta y en dos días, por relaciones o parentescos, te vende cuatro cuadros." Esas astucias, la de dar sala a gente menor, fueron siempre necesarias. "Por eso yo, en mi galería, había inventado algo que fue mi propia trampa. Me había reservado la sala 5 para los que me parecían buenos. Resultado, que por una cuestión de prestigio, los malos que vendían y me dejaban unos pesos, me pedían la sala 5." En esa sala, en el '56, expuso Xul Solar, a precios bajísimos, y no vendió nada. "La gente lo tenía por un loquito." Tampoco vendió nada Spilimbergo; al poco tiempo murió y sus precios se fueron por las nubes. Por supuesto, Frans Van Riel lo había expuesto, como a muchos, y vio llegar su gloria sin ver un peso. Tiene razones para ser escéptico. "Ahí está el caso de Del Prete. Tenía un taller en 25 de Mayo al 400. Un taller en planta baja, húmedo. Debe haber unos setecientos cuadros, y la viuda no sabe dónde ponerlos. Hace poco se hicieron unas gestiones para que fueran a parar al depósito del Colón. Le dije a la viuda que tuviera cuidado, a ver si los usaban para pintar telones."

Emilio Pettoruti *"La voce", firmado y fechado 1916, collage sobre madera, 49x38 cm.*

Por supuesto, sale el nombre de Pettoruti. "Yo lo conocí —dice Frans, antes de hablar del cuadro del pintor vendido en Nueva York en 242.000 dólares—. Estuvo en ese sillón, habló mal de todos los pintores argentinos, y se fue. Pero ahí está: cuando ese cuadro se vendió en ese precio, corrió una esperanza entre todos los que andamos en esto. Sin embargo, al poco tiempo de eso, en el Banco Municipal, se vendieron dos Pettoruti, claro que de otra época, a precios ridículos. Y además, si no me equivoco, fue una venta *ad referendum* de los vendedores, o sea que se pone base pero se baja el martillo sólo si los vendedores quieren." Ese es otro tema, el del Banco Municipal, ahora Ciudad, y en realidad monte pío o banco de empeño. "Periódicamente —recuerda Van Riel— el banco publicaba las ventas. Si un pintor que había trabajado durante años para colocarse en una cotización digna caía en el Banco Municipal, sonaba. El precio del remate pasaba a ser su precio. La SAAP y los galeristas hablamos con las autoridades. Ahora pusieron una galería, pero igual siguen bajando el martillo. Atenúan la cosa publicando las bases. Es lo mismo."

Admite que éste es un momento ideal para invertir en pintura, porque la crisis aumenta la oferta y baja los precios. "Los pintores más famosos aceptan vender a plazo. Pero sigue pasando lo mismo: nadie se asesora, salvo algunas fundaciones que compran para museos. La cantidad de pintores surgidos en los últimos tiempos desconcierta al inversor. Hay muchos más pintores que antes y va a haber muchos más, porque cada pintor tiene un taller del que salen pintores que a su vez ponen un taller. La gente no sabe: pintores como Luis Felipe Noé, con trayectoria internacional, no son aceptados en la Argentina, les cuesta vender. Ahí tenés el caso de Pérez Celis: muchos le critican que haya montado un aparato publicitario para vender. Pero a veces, y te lo digo como galerista, me da la impresión de que es la única manera de que un pintor venda su trabajo, y si yo pudiera hacer publicidad la haría. Acá, cuando exponés a un buen pintor, no te dan bolilla. Si exponés a un mediocre que vende, te hablan del prestigio. Quisiera tener menos prestigio y más plata. En galerías, acá el negocio lo están haciendo esos que ponen avisos y compran cuadros europeos."

Cuando habla de la crítica, admite que ayuda "pero a la larga". "La crítica es, en realidad, la mayor felicidad del pintor. La lee y la relee. También ayudan los libros." Conoció a todos los críticos: a Pagano, a Córdoba Iturburu. "Pero nadie fue tan influyente como Mujica Lainez. Cuando la gente leía una crítica de Mujica Lainez, sabía que detrás de ella estaba el personaje del escritor, y el diario *La Nación*, y todo el esnobismo del juego social. Además, Mujica, con diez líneas, era capaz de acertar en lo justo. Hubo una época en que si Mujica Lainez escribía que le había gustado tal y tal cuadro, tal y tal número, la gente llegaba casi con el diario abajo del brazo, para preguntar cuánto costaban esos trabajos."

A esa época de lucha vuelve Frans Van Riel. A ese tiempo en el cual Quinquela Martín recibió, entre otros muchos, a un industrial que miró los cuadros y sin preguntar el precio le dijo: "Le compro éste, éste y éste", señalando con el dedo. "Usted ¿qué se cree? ¿Que está comprando papas?", le dijo el artista. "Y eso —añora Van Riel—, me lo contó el tipo que compraba, no Quinquela Martín."

Ruth Benzacar; para que el circuito exista

El concepto moderno de mercado de arte trata a la obra como un producto a comercializar empresarialmente, eludiendo los métodos artesanales de venta persona a persona. No resta ninguno de los valores inherentes a la obra de arte —al contrario, los potencia— pero tiende a una organización racional del circuito. Este circuito está constituido, en su origen, por el artista —en el que se distinguen el talento y la trayectoria— y por la galería de arte, que incorpora a su staff artistas en los que ve una proyección de futuro, asumiendo los riesgos de sus cambios. En los países donde el mercado de arte es una realidad, una galería acreditada puede contraer el compromiso de atender las necesidades económicas de sus artistas. De ese modo, es habitual que coleccionistas e instituciones privadas o públicas compren las obras en la galería que representa a cada artista. Ese mecanismo genera los medios económicos que permiten que historiadores, teóricos y críticos desarrollen tareas que estimulan la comprensión, el goce y la adquisición de las obras. Los museos y otras instituciones oficiales o privadas, registran las obras que aportan alguna novedad o exponen a los artistas ya consagrados por la historia. Las colecciones privadas, las fundaciones, completan este circuito que, cuando existe con estructuras claras, permite la existencia de un mercado de arte.

En la Argentina, la ausencia de ese sistema lo hace imposible, a pesar de que el país cuenta con todos los factores necesarios para implementarlo. Sería necesario, en primer lugar, asumir que en la actualidad el mecenazgo lo cumple la empresa moderna, así como antes quienes tuvieron el poder, comprometidos por su riqueza con la comunidad, tuvieron el privilegio de proteger a los artistas. El Estado tendrá que generar estímulos, con medidas de desgravación que permitan al capital privado inversiones en la producción cultural, fomentando y agilizando la entrada y salida de obras y artistas vivos hacia el exterior, jerarquizando y privilegiando el rol de los museos y salones oficiales y promoviendo las expresiones de arte en el país y en el mundo. Un verdadero mercado de arte nace cuando la obra, por conocida, por acercada, genera el estímulo que lleva a adquirirla.